CCI FORMATION ILLE-ET-VILAINE



Défendre ses Prix et ses Marges

PRÉSENTIEL SUR-MESURE INTER ENTREPRISE

Objectif de formation

Employer les méthodes et techniques efficaces pour optimiser sa performance commerciale et négocier avec profit

Programme

Comprendre les principes régissant la fixation du prix

Rappels sur la méthode de fixation des prix de vente.
Les Données propres à l'Entreprise (coûts fixes, coûts variables, objectifs de marge).
La Structure du Marché (environnement concurrentiel).

La Demande (segmentation, élasticité des prix).
La Réglementation Connaître les principales facettes du prix.
Le prix « rentabilité » (vu sous l'angle du Chef d'Entreprise, du gestionnaire).
Les prix « stratégiques » : lancement, pénétration, écrémage, dégagement (vu sous l'angle de la Direction Commerciale).
Le Prix « concurrentiel » (vu sous l'angle du commercial).
Le Prix « valeur » (vu sous l'angle du client).
Mesurer et comprendre les effets d'une concession sur le prix dans la rentabilité des ventes (exercices pratiques).

Identifier les techniques habituelles utilisées par les acheteurs pour déstabiliser le vendeur et obtenir des concessions en termes de prix

Connaître les composantes du pouvoir dans la négociation sur le prix et inverser le rapport de force « acheteur – vendeur ».
Le pouvoir du poids.
Le pouvoir du choix.
Le pouvoir de l'information.
Le pouvoir d'influence.
Le pouvoir du temps.

Connaître et déjouer les « pièges » de l'acheteur.
La dévalorisation /L'urgence/La menace /Le presse-citron (peut faire mieux) / L'effet Columbo.

Appliquer les techniques et outils pour défendre son prix et préserver ses marges, en maintenant la qualité de votre relation avec le client :

Les bénéfices d'une bonne préparation (efficacité, image, confort).
Le plan de l'entretien.
La check-list (profils des interlocuteurs, objectifs, les éléments négociables et non négociables, historiques avec le client, argumentaires).
Les supports de vente.

Mettre en œuvre les techniques pour obtenir l'adhésion du client sur les différents éléments de l'offre et pour mettre en place une validation progressive :

Améliorer sa phase de découverte par un questionnement de découverte « suggestive » .
Impliquer son client et découvrir sa personnalité et ses motivations en posant des questions « vérité ».
Savoir sortir d'une logique de prix et structurer son argumentation autour des bénéfices client et de la création de valeur.
Utiliser les effets persuasifs et leviers d'influence pour renforcer l'efficacité de votre son argumentation (effet d'évidence, effet d'engagement, effet de clarté, effet de compétence, effet de logique, effet de

Infos pratiques

Type de formation

Formation continue

Public cible

Toute personne ayant des objectifs commerciaux à atteindre (chefs de secteur, commerciaux sédentaires, commerciaux itinérants, chefs de secteur, télévendeurs, ...)

Durée

2 Jours dont 14 Heures en centre

Tarif(s) net de taxe

820 € par stagiaire

Adresse

Site de Rennes/Bruz
Campus de Ker Lann,
6 Rue des frères Montgolfier, BP 17201

35172 Bruz

https://www.cci-formation-bretagne.fr/ille-et-vilaine

solution, effet d'émotion, effet paradoxe).

Savoir présenter le prix

Choisir le bon moment.
Connaître et choisir la bonne technique pour présenter le prix (la méthode sandwich, la méthode association-comparaison, le choix entre les 4 modes de calcul) Maîtriser la technique de vente d'une augmentation tarifaire.
Savoir répondre aux objections sur le prix.
Conclure sur un accord mutuellement profitable.
Maîtriser la technique « pas de concession sans obtenir une contrepartie qui préserve vos marges ».
Choisir le bon moment pour conclure et « osez conclure » : détecter les signaux d'achat.
Maîtriser les techniques d'un closing efficace

Savoir autoévaluer ses entretiens de négociation sur le prix

Présentation d'une Grille d'auto-évaluation et mode d'emploi

Les points forts de la formation

- Formateur ayant conduit dans ses fonctions de Directeur Commercial des négociations auprès d'acheteurs de Centrales d'Achat de la Grande Distribution
- Une méthode innovante de découverte suggestive des motivations psychologiques d'achat en B2B
- Une nouvelle approche des techniques de présentation du prix ayant montré leur efficacité sur le terrain
- Une plus grande maîtrise technique et émotionnelle face aux objections formulées par les acheteurs professionnels
- Plus d'assurance pour conclure un accord "gagnant x gagnant "
-

Les conditions d'admission

Prérequis
Expérience de la vente auprès d'acheteurs professionnels

Le parcours de formation

Objectifs pédagogiques
Comprendre les principes régissant la fixation du prix - Identifier les techniques habituelles utilisées par les acheteurs pour déstabiliser le vendeur et obtenir des concessions en termes de prix - Appliquer les techniques et outils pour défendre son prix et préserver ses marges, en maintenant la qualité de votre relation avec le client - Mettre en œuvre les techniques pour obtenir l'adhésion du client sur les différents éléments de l'offre et pour mettre en place une validation progressive - Savoir présenter le prix

Les sessions

Bruz

- Nous contacter

PRÉSENTIEL

Modalités d'évaluations
Dans le cadre de notre process, qualité, évaluation systématique des éléments acquis en fin de formation.

Modalités pédagogiques
apports théoriques et nombreux exercices d'application et de mises en situation. Stage très pratique.

Date et mise à jour des informations : 14/02/2024

Extrait de la description de la formation. Consultez l'intégralité des informations relatives à cette formation sur notre site internet www.cci-formation-bretagne.fr

Contacts

SANTORO RICHARD Johanna
Johanna.RICHARD@ille-et-vilaine.cci.fr
CCI Formation Ille-et-Vilaine - Site de Ker Lann - N° SIRET 130 022 809 00011 - N° d'activité 53351000435
Campus de Ker Lann,6 Rue des frères Montgolfier,BP 17201 - 35172 Bruz
Tél. : 0299054545 - cci.formationcontinue@fac-metiers.fr - https://www.cci-formation-bretagne.fr/ille-et-vilaine

CCI FORMATION BRETAGNE